

Studiensteckbrief

Marketing-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2012

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

März 2012

powered by:

 trendiction



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studiensteckbrief
Marketing-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2012

Ausgewählte Ergebnisse

Keyfacts (Auswahl)

- Nachholbedarf bezogen auf Smartphones besteht bei Frauen und älteren Menschen. BASE und Vodafone erreichen eine bessere Ausschöpfung bei Frauen, Telekom bei älteren Menschen.
- Vor allem Telekom und Vodafone heben sich mit Optionen für bestimmte Zielgruppen (z.B. junge Leute, Berufstätige und Selbstständige) aus dem Anbietermarkt heraus.
- Nur einer der vier Netzbetreiber führt Tarife ohne Mindestlaufzeit im Angebot. Insgesamt führen vier der zehn untersuchten Anbieter solche Tarife.
- Große Unterschiede bestehen in der durchschnittlichen Reaktionszeit auf Mailanfragen, die Spanne reicht von einem Tag bis zu einer Woche. 1&1 und Congstar zeichnen sich durch die kürzesten Bearbeitungszeiten aus.
- 161 Millionen Euro wurden nach den Daten des Werbebeobachters Ebiquity in Werbemaßnahmen investiert. Knapp ein Drittel des Werbevolumens entfällt auf die Mobilfunkgesellschaft BASE.
- Nach Zahlen des Social Media Spezialisten Trendiction heben sich O2, Telekom und Vodafone hinsichtlich des Kommunikationsvolumens in Foren und Blogs deutlich von den anderen Anbietern ab. Im Gegensatz zu diesen fällt der vierte Netzbetreiber BASE deutlich ab.
- Im Marketingranking belegen die Netzbetreiber die vorderen Plätze. Bester Discounter ist Congstar.

Informationen zur Studie (1)

Sie möchten wissen, wie der Markt strukturiert ist, welche Marktanteile die verschiedenen Telekommunikationsanbieter bezogen auf Smartphone-Tarife aufweisen, welche neuen Entwicklungen zu erkennen sind, worin sich die Tarife der untersuchten Anbieter unterscheiden, auf welchen Wegen diese Anbieter ihre Smartphoneprodukte anbieten, welche Konditionenunterschiede bestehen, mit welchen Slogans in der Werbung argumentiert wird, welche finanziellen Mittel für mediale Werbung ausgegeben werden, wie Mobilfunkanbieter auf Telefon- und E-Mail-Anfragen reagieren, wie gut sie in Finanzportalen und Suchmaschinen sowie in Social Media Kanälen positioniert sind?

Der vorliegenden Marktanalyse liegt ein innovatives Marktstudien-Konzept (Marketing-Mix-Analyse) zugrunde: So konkret und **handlungsrelevant** wie nur möglich wird der deutsche Smartphone-Tarifemarkt untersucht. Kern der Analyse ist das Marketingverhalten der berücksichtigten Tarifanbieter in Bezug auf die vier Ps des Marketing: Product, Price, Place, Promotion. Diese Studie richtet sich an Marketing- und Vertriebsverantwortliche, Produktmanager sowie an sonstige Entscheider im Bereich Mobilfunk und Mobilfunktarife.

Die vorliegenden Marktinformationen sind die Grundlage für eine klare Positionierung und adäquate Reaktionen auf Marketingmaßnahmen der Wettbewerber. In der Studie wird der Markt der Smartphone-Tarife aus Sicht der Telekommunikationsanbieter analysiert.

Forschungsdesign: Die Studie basiert auf Marktinformationen aus eigenen Erhebungen, Online-Datenbanken, Mystery Research und verschiedensten Sekundärquellen. Hier sind insbesondere die kostenpflichtigen Daten von Ebiquity (Werbespending, Werbemotive) und Trendiction (Daten zur Präsenz in Social Media) zu nennen. Die Studie ist im März 2012 erschienen.

Informationen zur Studie (2)

Untersucht wurden **zehn Telekommunikationsanbieter** hinsichtlich ihres Marketingverhaltens bezogen auf Smartphone-Tarife. Es handelt sich dabei um: 1&1, BASE, Congstar, FONIC, mobilcom-debitel, o.tel.o, O2, Simyo, Telekom und Vodafone.

Der zugrunde liegenden Philosophie entsprechend wird die Marketing-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2012 als PDF- und Powerpoint-Datei angeboten, um eine unmittelbare Nutzung im Unternehmen zum Beispiel für interne Präsentationen zu ermöglichen.

Die Studie enthält unter anderem folgende **Besonderheiten & Features**:

- Werbespendings und Motive, differenziert nach Mediengattungen, vom Werbebeobachter **Ebiquity**
- Auswertung von Telefonanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Auswertung von Online-Anfragen bei den untersuchten Anbietern
- Auswertung verschiedener Studien zur Soziodemografie der Smartphonekunden
- Analyse der Prospekte und Flyer vom POS
- Positionierung in Mobilfunkportalen und Suchmaschinen
- Präsenz der Unternehmen in Social Media Kanälen auf Basis der Daten des Social Media Spezialisten **Trendiction**
- Marketing-Mix-Ranking auf Basis aller erfassten Marketingmaßnahmen

Die 493 Seiten umfassende Studie kostet 4.800 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	6
➤ Forschungsdesign	16
➤ Chronologie der Ereignisse	18
➤ Marktsituation	26
➤ Aktuelle Marktentwicklungen	38
▪ Übersicht Marktentwicklungen	39
▪ Aktuelle Marktentwicklungen produktübergreifend	40
▪ Aktuelle Marktentwicklungen bei Smartphone-Tarifen	41
▪ Marketingmaßnahmen der Tarifanbieter	42
➤ Marktanteile	52
➤ Der Smartphonebesitzer	59
▪ Soziodemografie der Smartphonebesitzer	62
▪ Soziodemografie der Smartphonekunden einzelner Tarifanbieter	66
▪ Kundenausschöpfung der Tarifanbieter	72
➤ Positionierung der Tarifanbieter	79
➤ Produkt	93
▪ Allgemeines	100
▪ Daten	112

Inhaltsverzeichnis

▪ Optionen	123
▪ Besonderheiten	155
▪ Zielgruppen	174
➤ Konditionen	176
▪ Nutzungsvoraussetzungen	183
▪ Kosten für einen durchschnittlichen Nutzer	194
▪ Allgemeine Vertragskonditionen	207
▪ Telefonie	218
▪ SMS	240
▪ MMS	251
▪ Daten	262
▪ Hotline-Kosten	273
▪ Besonderheiten	276
➤ Distribution	287
▪ Vertriebswege	295
▪ Öffnungszeiten der Filialen	299
▪ Homepage-Usability	311
▪ Hotline-Betriebszeiten	313

Inhaltsverzeichnis

▪ Beratungs- und Verkaufsprozess bei Telefonanfragen	315
▪ Beratungs- und Verkaufsprozess bei Online-Anfragen	320
➤ Kommunikation	327
▪ USP (kommunizierte Produktvorteile, Werbeslogan)	335
▪ Flyer und Prospekte	353
▪ Werbeaufwendungen	366
▪ Werbemotive	373
▪ Präsenz in Mobilfunkportalen	408
▪ Präsenz in Suchmaschinen	415
▪ Kundenkommunikation	419
▪ Aktive Präsenz in Social Media	420
▪ Passive Präsenz in Social Media	424
▪ Presseresonanz	430
▪ Präsenz in Online-News	435
➤ Stärken und Schwächen der Tarifanbieter	441
➤ Marketingranking	448
▪ Produkt	452
▪ Konditionen	458

Inhaltsverzeichnis

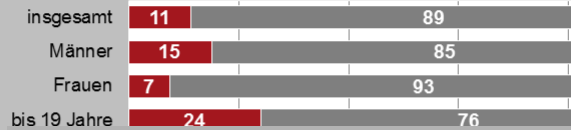
▪ Distribution	466
▪ Kommunikation	474
▪ Übersicht Marketing-Mix	486
➤ Quellenverzeichnis	489
➤ Kontakt	491

Beispielseiten (1)

Der Smartphonebesitzer

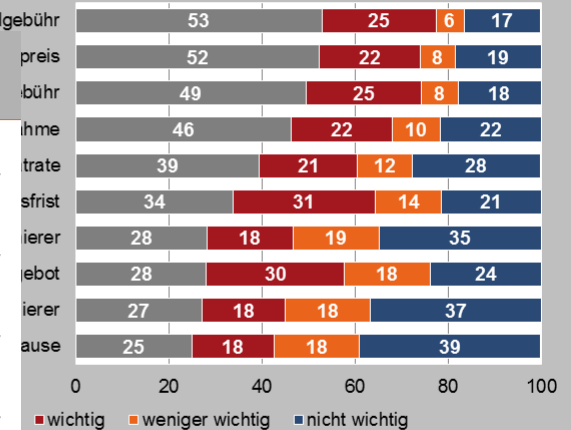
Soziodemographie

Smartphonebesitzer nach soziodemografischen Merkmalen
(Angaben in Prozent)



Marktsituation

Kriterien beim Abschluss eines Handyvertrags (Angaben in Prozent)



Produkt Allgemeines

Tarifeigenschaften

Anbieter	Tarif	Smartphone	Netz	Mindestlaufzeit	Rufnummernumnahme
Congstar	Full Flat	Handy-Option für 5 oder 10 Euro/Monat	D1	keine / 24 Monate	25 Euro Bonus
FONIC	FONIC Smart	kann erworben werden	O2	keine	25 Euro Bonus
mobilcom-debitel	Flat Smart	Handy-Option für 5 oder 10 Euro/Monat	alle Netze	24 Monate	möglich
mobilcom-debitel	Flat 4 you	Handy-Option für 5 oder 10 Euro/Monat	D2	24 Monate	möglich
mobilcom-debitel	Take-away-Flat	Handy-Option für 5/10/15 Euro/Monat	alle Netze	6/24 Monate	möglich

Quelle: Verbraucheranalyt...



Quelle: Homepage der Telekommunikationsanbieter, research tools



Marketing-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2011

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (2)

Produkt Optionen

Optionen Telefonie und SMS

Anbieter	Tarif	Optionen
O2	O2 Blue Unlimited ohne Vertrag	Festnetznummer für 5 Euro/Monat, zusätzlich 25 Bereitstellung
O2	Konditionen Daten	
Simyo	Datenvolumen, Drosselung und Taktung	
Simyo		
Simyo		

Quelle: Homepage der Te



Konditionen

Allgemeine Vertragskonditionen

Laufzeit, Kosten und Begrenzungen

Anbieter	Tarif	Mindestlaufzeit	Kosten pro Monat in Euro	Kosten für Bereitstellung in Euro	Begrenzung Telefonie / Internet
		keine / 24 Monate	59,99	keine / 25 ohne Vertragslaufzeit	begrenzt / unbegrenzt
		keine	29,95	9,95 (5 Euro davon Guthaben)	begrenzt / unbegrenzt
		24 Monate	29,90	25,95 (entfällt bei Online-Buchung)	begrenzt / unbegrenzt
		24 Monate	29,90	25,95 (entfällt bei Online-Buchung)	begrenzt / unbegrenzt
		6/24 Monate	9,95	keine	begrenzt / unbegrenzt

research tools

Marketing-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2011

196

Quelle: Homepage der Telekommunikationsanbieter, research tools

250



Marketing-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2011

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

10

Beispielseiten (3)

Distribution

Beratungs- und Verkaufsprozess bei Telefonanfragen

Telefonanfragen

Anbieter	Erster Kontakt	Auswahlmenü	Dauer Menü	Zeit in Warte-schleife	Antwort erhalten	Verweis Home-page
o.tel.o	persönlich	nein	-	0 – 30 Ø 6 sek.	100%	teilweise

Kommunikation

Werbemotive

mobilcom-debitel – Internet

Distribution Vertriebswege

Freundschaftswerbung und Vertriebspartner

Anbieter	Weiterempfehlung/ Freundschaftswerbung	Vertriebspartnerschaften
1&1	Geldprämie bis zu 60 Euro	affilinet GmbH, ZANOX.de AG
BASE	Geldprämie bis zu 240 Euro	The Phone House, ZANOX.de AG
Congstar	bis zu 90 Euro Guthaben für das eigene Prepaid- oder Vertragskonto	affilinet GmbH, qipu GmbH, ZANOX.de AG
FONIC	jeweils 5 Euro Guthaben für den Werber und den Geworbenen	affilinet GmbH
mobilcom-debitel	Geldprämie bis zu 50 Euro	vitrado.de, ZANOX.de AG

Quelle: Homepage der Telekommunikationsanbieter

Mo & Bill decken alles auf

Alle Netze.
Alle Handys.
Alle Tarife.

FLAT ALLNET

- ✓ FLAT Alle-Handy-Netze
- ✓ FLAT Festnetz
- ✓ FLAT Internet

dauerhaft mtl. nur 29,90 €

Tarif sichern

www.md.de

Marketing-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2011

375

Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2012

283

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

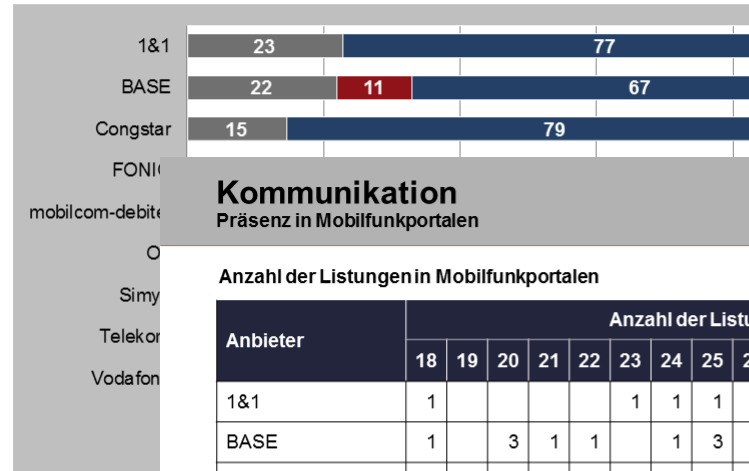


Studiensteckbrief
Marketing-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2012

Beispielseiten (4)

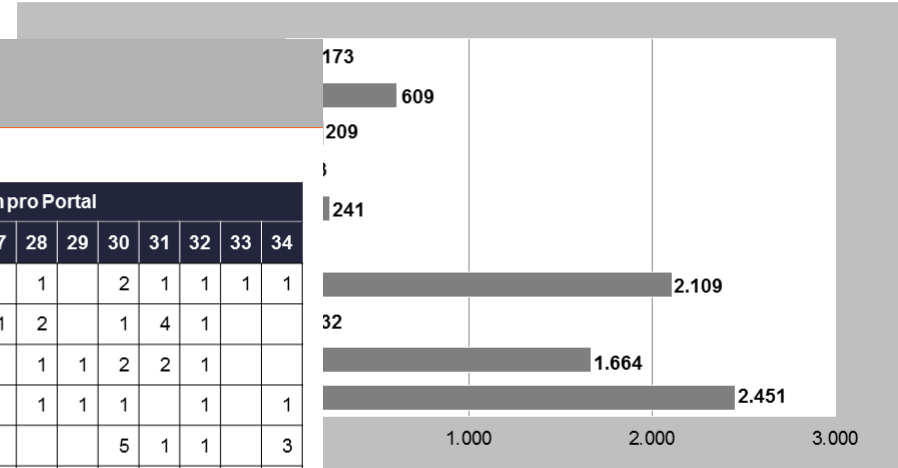
Kommunikation Werbeaufwendungen

Werbeausgaben der Tarifanbieter nach Medien im Jahr 2011 (Angaben in Prozent)



Kommunikation Passive Präsenz in Social Media

Forenbeiträge zu Smartphone-Tarifen der betrachteten Anbieter zwischen September 2011 und Februar 2012 (Angabe in Anzahl Forenbeiträge mit Nennungen des Tarifanbieters)



Kommunikation Präsenz in Mobilfunkportalen

Anzahl der Listungen in Mobilfunkportalen

Anbieter	Anzahl der Listungen pro Portal																
	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
1&1	1					1	1	1	2		1		2	1	1	1	1
BASE	1		3	1	1		1	3	2	1	2		1	4	1		
Congstar	1			1		1	1	1			1	1	2	2	1		
FONIC	1								1		1	1	1		1		1
mobilcom-debitel				28						1			5	1	1		3
o.tel.o																	
O2	1	1	9	1	1	1	1	2		2	2	1	7	1	1		5
Simyo				1				2			1	1		2	1		2
Telekom	1	1		1	1		1	1		1	1		12	3	1	4	1
Vodafone	1	1	19	1	1	1	1			1	1		10	3	1	5	2

Quelle: Ebiquity



Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2012

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



Studiensteckbrief
Marketing-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2012

Bestellformular

FAX: +49 (0)711 - 55090384

Auftragnehmer:

research tools

Herrn Dipl.-Kfm. Uwe Matzner, Marktforscher BVM

Wäldenbronner Straße 2

73732 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 4.800 EUR zzgl. MwSt. die Studie Marketing-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2012.

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Unterschrift:

Datum/Ort:

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer, Diplom-Kaufmann,
Marktforscher BVM, Lehrbeauftragter für Marktforschung
Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384,
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools
Wäldenbronner Straße 2
73732 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

Zuletzt zur Branche Telekommunikation erschienen:

- Studie Facebook Mobilfunkanbieter 2011, veröffentlicht: Dezember 2011
- Studie Communication Trends Smartphones 2011, veröffentlicht: August 2011 (gemeinsam mit Ebiquity)
- Studie Direktmarketingstrategie Telekommunikation 2011, veröffentlicht: Juli 2011 (gemeinsam mit GfK SE und Holland Consulting)